

融媒体时代时政新闻报道守正创新之我见

■ 张伟

媒体融合，时代所向，大势所趋。2017年1月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》，提出大力推动传统媒体与移动新媒体深度融合发展；2018年12月，国务院办公厅印发《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》，要求推进政务新媒体与政府网站等融合发展。搞好时政类新闻的新媒体报道，是融媒体时代新闻宣传不可或缺的重要组成部分。新媒体时政报道，须适应新形势下的传播趋势，在紧跟时代步伐中持续融合创新，要“正气”接地气；更要在深度融合中把好导向，坚持守正创新相结合，要“正向”接地气。

一、守正固本，弘扬主旋律，传递正能量

面对融媒体时代的全新挑战，守正才能不迷失方向。唯有坚持正确方向，坚守党管媒体、党管意识形态底线，秉持媒体人职业底色和核心价值观，才能巩固提升媒体的传播力、引导力、影响力、公信力。

1. 要坚持正确的政治导向。时政新媒体报道聚焦的是党和国家的政治活动，“讲政治”是第一原则。面对各种声音相互交织、激烈碰撞的网络舆论场，时政新媒体必须始终坚持正确的政治导向，防止出现政治性差错。媒体融合过程中，时政类新媒体要始终旗帜鲜明讲政治，时刻牢记在舆论引导和治国理政中发挥正向作用，紧紧围绕

中心、服务大局，坚守主阵地，始终服从、服务于党的事业大局。

2. 坚持内容为王。纵观近年来的时政类优秀新媒体报道，无论通过哪种媒介传递，无论形式如何变化，共同特质是权威、精准，而非“人云亦云”“不知所云”。时政报道因其严肃性，内容创新的外延往往较窄。正因如此，只有在内容选题上超越“通稿”范式并打破“千篇一律”，才有可能“独辟蹊径”。首先，要找准主题，准确把握时政活动的核心要义，切题准确，分条阐述解读，内涵丰富，重点一目了然；其次，内容要立得“稳”，信息传递要准确完整，分析解读观点要客观；第三，要遵守新闻规范，当下很多新媒体为了阅读量不注重或刻意含糊新闻最基本三要素（3W），即时间、地点、人物，更不顾及五要素（5W），即何人、何事、何时、何地、何因。作为时政类新媒体，必须严守新闻规范，时刻谨记“正视听”角色定位，绝不能随波逐流。

媒体融合当中，转型意味着转变，变与不变是辩证关系。若不变，就没有发展和进步；如果都变了，历史和文化就会出现断层。未来媒体的价值，最重要的，还是在于人的精神价值，坚守媒体和媒体人精神价值观，是时政类新媒体的核心竞争力。

二、创新发展，与时俱进，引领时代

当前媒体融合发展如火如荼，

同业竞争日益激烈，唯有围绕媒介形态、内容产品、生产机制、话语方式等开展全方位创新，才能把握、引领时代。

1. 创新就是要角度新、形式新。角度新，就是要找准切入点，时政类新媒体要将党的政策具化、细化，挖掘与民生关系最密切的内容，用新颖、小切口角度阐述其内涵和意义，即“以小见大”；形式新，就是要创新话语表达方式与内容呈现方式，打破刻板陈述，在保证精准前提下软化、转化“官话”“套话”，以及文件用语，用对话式、网络式语言传递宏大主题，让受众可接受能接受，既充满正能量又形式活泼新颖，即“严肃活泼”。

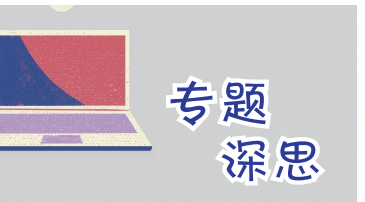
2. 创新要有新语态、新表达。新语态、新表达，当下正以科技化、多元化、智能化等方式呈现；技术创新，已成为媒体融合发展引领。2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，明确提出“要以先进技术引领驱动融合发展，用好5G、大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等信息技术革命成果，加强新技术在新闻传播领域的前瞻性研究和应用，推动关键技术自主创新”。近年来，在5G、AI、元宇宙等技术加持下，虚拟主播、跨屏互动、智能互动等成为现实，深度融入媒体新闻实践并成为丰富受众体验、推进媒体社交智能化转型利器。用好当下新技术，有助于打破受众对传统时政新闻的刻板印象。需要注意和警

惕的是，创新要处理好“好用”和“用好”的关系，通过技术实现话语体系、距离时空转换，但要让“速度”与“温度”“深度”有机结合，不能只求速度、一味迎合，否则“器大不盛物”，更快速到忘却“更易碎”。

3. 创新要开展跨界融合。时政新媒体要利用和发展自身优势，通过独特资源禀赋，与各企事业单位开展多方位合作和融合，探索建立“新闻+政务、服务、商务”运营模式。可以在新闻宣传报道、舆论氛围营造、项目宣推等领域实现跨界深度融合，与目标单位相互赋能；也可以充分发挥自己的平台优势和人才优势，为公益发展提供强劲助力，担负社会责任，彰显主流价值。

守正创新，是新时代新闻舆论工作的实践要求；推进媒体深度融合发展，要做到守正不渝、创新不止。媒体融合深度发展的当下，时政类新媒体要继续秉持互联网思维，在守正中创新，在趋势中创新，在实践中创新，不断强化媒体的传播力、引导力、影响力、公信力，争当媒体深度融合发展的排头兵。

【作者单位：山西共青团融媒体中心（山西青年报社）】



加强企业精神文明建设的几点思考

■ 张新文

企业精神文明建设是企业党建工作的重要载体，是激发广大职工内生动力、增强企业凝聚力和向心力、实现高质量发展的动力源泉和强大引擎以及思想保证。如今，随着企业改革发展的深入推进，如何加强企业精神文明建设，为企业高质量发展凝聚强大动能？

笔者结合自身工作经验及企业实际，认为企业深化改革，越要加大精神文明建设力度，把企业精神文明建设作为企业改革发展的重要内容 and 重要目标，切实提高政治站位，强化党建引领，加强组织领导，抓好统筹谋划，大力培育和践行社会主义核心价值观，持续在文明创建、文明实践、文明培育上下功夫，做文章，不断开创企业精神文明建设新局面，为企业奋进新征程、建功新时代提供坚强思想保证和强大精神力量。

一、提高政治站位，强化思想引领，凝聚文明创建共识

企业各级党组织和党员干部要提高政治站位，切实增强使命感与责任感，负起政治责任和领导责任，通过充分利用中心组学习、领导班子会议、支部理论学习、“三会一课”、主题党日、集中培训、专题研讨、参观学习等方式，积极发挥“学习强国”学习平台、“三晋先锋”和企业媒介平台等，创新学习方式和载体，扩展学习广度和深度，增强理论学习的针对性、指导性，提升学习质量效果。

通过强化理论学习、深入开展思想政治教育，强化理想信念教育，开展“四史”教育、爱党爱国爱企宣传教育、思想道德教育和中华优秀传统文化教育等，持续深化各类教育实践活动，进一步统一干部职工的思想认识，用共同理想信念凝聚干部职工意志，不断提高党员干部职工群众的思想政治素质和道德品质，引导广大干部职工在培育和践行社会主义核心价值观上下功夫，弘扬中华民族传统美德，弘扬文明新风，积极培育职工健康、文明、向上、向善的道德风尚，让道德之光照亮人心、文明力量凝聚人心，为企业奋进新征程、推进高质量发展提高强大精神动力。

二、加强组织领导，健全工作机制，筑牢文明创建根基

企业精神文明建设是一项系统工程，必须把它作为一项全方位、全过程、全员性的系统工程来抓。企业各级党组织要强化党建引领，加强组织领导，完善工作机制，在企业内部建立一套“党组织统一领导、党政‘一岗两责’”联手抓，领导班子成员分工负责制的领导工作体系，从机构设置、职责划分、明确目标任务到工作落实；制定一套严谨科学的工作制度体系，并明确日常工作职责、年度重点工作任务和完成时限，进一步健全完善精神文明创建工作。通过开展选树文明单位、文明科室、文明班组以及推荐评选文明职工等基础上，还要逐步挖掘出基层单位文明创建的亮点，深入挖掘身边好人、好事和先进典型，不断扩大道德模范的影响力和覆盖面，大力开展道德讲堂、文明上网、文明出行、家风家教宣传活动和青年志愿者服务活动，大力开展选树文明示范区、文明示范岗、文明餐桌等，发挥先进典型的模范带动作用，促进广大职工群众文明素养有效提升，切实提升文明创建成效。

同时，通过把创建活动纳入对各单位、各部门年度业绩考核中，将落实《精神文明建设工作要点》内容纳入党建考核，考核结果与经济利益挂钩，真正做到精神文明建设工作有安排、有部署、有指导、有总结、有考核、有兑现，形成一体化的考核评价机制。

另外，要实行精神文明建设一票否决制度，使评选出的各类文明单位、文明科室、文明示范点、文明职工等真正具有典型性、示范性。通过表彰先进，切实提高职工参与的积极性，积极动员引导各级党组织和党员干部把加强企业精神文明建设作为一项经常性、基础性的重要工作全面统筹安排部署，与企业各项工作紧密结合，融入日常工作中，使企业精神文明建设各项工作有条不紊地开展，筑牢文明创建根基。

三、抓好统筹谋划，拓展创建路径，提升文明创建成效

当前，企业在精神文明建设工作

中还存在一手硬、一手软的现象，特别是在工作节奏紧张的情况下，把精神文明建设作为一项软任务来抓，把生产经营和效益作为硬指标来抓，在投入上、创建活动中没有统筹谋划好，在拓展创建路径上没有下足功夫，导致参与精神文明创建的力度不够。在工作落实上，也没有找到有机结合点和生产经营没有的形式，相互脱节，创建活动浮于表面、流于形式。

企业各级党组织要将精神文明建设作为促进企业高质量发展的突出优势、重大任务和工作抓手，着力抓好顶层设计和系统谋划，大力拓展文明创建路径，把文明创建与企业生产经营各项工作同步推进。在开展选树文明单位、文明科室、文明班组以及推荐评选文明职工等基础上，还要逐步挖掘出基层单位文明创建的亮点，深入挖掘身边好人、好事和先进典型，不断扩大道德模范的影响力和覆盖面，大力开展道德讲堂、文明上网、文明出行、家风家教宣传活动和青年志愿者服务活动，大力开展选树文明示范区、文明示范岗、文明餐桌等，发挥先进典型的模范带动作用，促进广大职工群众文明素养有效提升，切实提升文明创建成效。

四、加大宣传引导，创新活动载体，汇聚文明创建合力

加强企业精神文明建设必须要加大宣传引导，创新文明创建活动的宣传载体，营造文明创建的浓厚氛围，统一全员思想认识，汇聚文明创建合力，才能更好凝聚人心、激发力量。企业各级党组织要强化宣传保障，把加大宣传引导作为精神文明建设的一项重要内容和重要工作来抓，坚持把舆论宣传工作融入文明创建工作各个环节，创新企业精神文明建设宣传载体，提升宣传工作效率，不断丰富企业精神文明建设的空间，进一步强化干部职工的思想认同和自觉参与意识。

通过充分运用企业内网、内刊、广播、宣传栏、LED显示大屏和企业微信公众号网络新媒体等线上线下多元化宣传矩阵，多形式、多层次、全覆盖发力企业精神文明创建宣传教育活动，积极宣传各基层单位文明创建工作的

经验、好做法、先进典型、先进事迹，推广总结先进经验，深层次讲述职工身边好人、身边好事，发挥示范引领作用，展现广大职工群众的精神风貌，促进文明创建工作进部门、到班组、入人心，从而调动广大职工参与文明创建工作的积极性，不断提高文明创建的渗透力、凝聚力和影响力，使之成为干部职工的共同价值追求，做到以共识聚合，推动企业精神文明创建迈上新台阶。

五、结合工作实际，推动文明实践，打造文明创建品牌

企业各级党组织要结合工作实际，以弘扬时代新风、培育文明风尚、着力培育和践行社会主义核心价值观深入人心为重点，以推动文明实践为主线，积极探索精神文明创建与企业中心工作融合的实践路径，着力丰富文明实践载体，全面覆盖、全员参与、全程联动，深入开展精神文明创建实践活动，通过与企业党建、思想政治工作，以及企业安全生产、经营管理和服务、企业文化等各项工作有效结合，持续深化“党建+”工程、“一支部一特色一品牌”争创活动、党员主题实践活动和志愿服务“红马甲”品牌等党建品牌创建；创新开展廉洁文化“进岗位、进班子、进家庭”等特色廉洁教育活动；大力开展“晒家风、传家训、扬美德”“企业是我家”“我为企业做贡献”等系列活动。

同时，深入开展两节慰问、捐资助学、扶贫济困送温暖活动，积极举办竞技比赛、趣味活动等群众文化活动，组织广大职工积极参与“做文明职工、建文明班组、创文明科室，创建文明窗口，争创大同市、山西省、全国文明单位”等一系列主题活动，努力打造具有企业特色的文明创建品牌，推动企业精神文明创建走深走实、取得新实效，为企业高质量发展贡献更加有力的精神保障。

【作者单位：大同市国东能源科技有限责任公司】



思想纵横

加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论新格局，是我国报业新时代实现转型发展的新征程新目标。作为地方主流媒体，如何在推进全媒体传播体系建设、做好意识形态工作中锚定方向、架构工作、发挥作用？笔者结合当前媒体深度融合的时代特点、发展要求、使命任务，尝试分析研判，从一域回答地方党报、主流媒体的“融合之问”。

一、媒体融合发展的历程

媒体融合是一个不断探索前行的动态过程。党的二十大报告指出，要牢牢掌握党对意识形态工作领导权，全面落实意识形态工作责任制，巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论。这一重大论断和战略部署，为新形势下推动媒体融合向纵深发展、建设一流新型主流媒体提供了遵循。

2018年8月6日，太原日报社全媒体指挥中心应势而生，2019年8月正式投入运营。指挥中心运营以来，科学把握媒体融合发展的趋势和规律，坚持围绕中心、服务大局，坚持用主流价值观提升舆论引导力，坚持用新媒体叙事探索大流量路径，不断提高新闻报道的传播力引导力影响力公信力。太原日报社全媒体指挥中心现运营有新媒体平台35个，其中有发布平台21个，代运营平台14个，平台账号总用户数850万，其中有4个平台粉丝量都是100万+。一个以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系初步形成。

二、融合发展面临的现状

媒体融合是途径，根本目的是全面发展壮大主流舆论。综观传统主流媒体融合发展现状，目前同级地方主流媒体在融媒体建设方面都涵盖了大数据分析、内容生产、舆情指挥监测、产品运营等服务，可以实现报、网、端、微、视融合传播。同时也存在各自发展的短板，包括太原日报社在内，在媒体融合发展上主要存在以下值得注意的问题。

（一）中央厨房功能欠缺，一体化传播体系尚未完全形成。传统的报纸采编出版与全媒体传播两大业务板块仍然存在“相加而不相融”、不能深度融合发展的问題，距离构建体系完整、指挥统一、行动有力的全媒体传播格局仍有很大差距，削弱了媒体品牌的传播力竞争力。尤其在内容生产上缺少有机组织和有效衔接，主导机构不健全或不完善，高水平全媒策划能力欠缺，在打造优质产品上供给不足，难以满足受众的信息需求。

（二）硬件开发欠缺，科研力量不足，技术水平薄弱。媒体传播方式的每一次变革，都与技术进步密不可分。由于资金投入、专业力量、技术研发等各方面条件限制，目前大部分地方主流媒体的新媒体端在软硬件水平、科技研发能力方面存在短板，直接导致在媒体传播力影响力方面无法与各大头部社交平台相抗衡。

（三）融合传播人才欠缺，人员老化比较严重。媒体融合发展需要既懂新闻传播规律又懂新媒体发展规律，既懂传媒政策又懂市场运作的复合型人才。纸媒作为传统媒体，在融合发展的大背景大趋势下普遍面临着复合型人才紧缺的大问题。

三、融合发展路径

肯取势者可为人先，能谋势者必有所成。当前纸媒除了在全媒体领域加速布局之外，还应及时调整采编发的流程策略、人员结构、激励机制等，在以下方面迅速作出反应。

（一）树立系统观念，优化顶层设计。凡事预则立，不预则废。推动传统媒体和新兴媒体融合发展必须加强战略统筹和规划引导。信息化条件下的媒体之战，是各个要素高度契合、握指成拳的联合作战，要有一图共享态势、一网联接战场、一令联合行动的本领。这就更加需要我们要统一步调行动，加强技术支撑，集中“火力”做好“中央厨房”。

（二）强化卓越意识，打造精品内容。融合大势下，优质内容依然是主流媒体抓取流量、破壁出圈的核心技能。重点要加强全媒体人员的四种意识和能力。一是审美意识和价值输出能力。党的媒体要高度重视新闻的“情绪价值”，输送有高级感的营养品，满足人们对美好生活的追求。二是创新意识 and 议题设置能力。编辑记者需要做一个“会聊天”的人，要保持独立思考，以新观念新思维切实增强全媒体产品的引导力和影响力。三是标题意识和提炼总结能力。要快速捕捉重点，准确提炼精华，替用户节约时间。四是把关意识和风险预判能力。要能躲过“常识性差错”的明枪，还能防得了“高级黑低级红”暗箭。

（三）增强成本意识，提升造血功能。在融媒发展大势下，要科学识变、积极应变、主动求变。要带着经营思维做策划拿方案，不能只做新闻，还要考虑把流量变“留量”，让粉丝成“铁粉”，要连接用户，要为经营服务，让影响力变现为经营力，不断增强“自我造血”功能。

按照这三点思路，今年以来，太原日报社抓紧出台《太原日报社加快推进媒体深度融合重点工作方案》，在推动采编流程集约化、数字化改造，完善全媒体一体策划体系，打造头部平台账号，建立新闻报道首发制度，做强全媒体新闻平台，成立央媒联盟太报工作站，强化新闻产品精准投放，探索多元化发展路径，培养全媒体人才队伍，加强新技术开发应用等重点工作中加强组织领导、督导推进和支撑保障，为媒体深度融合保驾护航。只有通过大力推进全媒体传播体系建设，主流媒体的转型之路才能越走越宽阔，党的声音才能传得更开更广更深入。

【作者单位：太原日报社】

地方主流媒体推进全媒体建设路径探析

■ 边素庭